



STRATEGI KOMUNIKASI MUI DALAM MENSOSIALISASIKAN FATWA NO. 14 TAHUN 2020 TENTANG PENYELENGGARAAN IBADAH DALAM SITUASI TERJADI WABAH COVID-19

Khairul Anam, Ahmad Saiful Bahri, Suharjo Nugroho, Anita Sartika

corresponding author: UIN Syarif Hidayatullah - Jakarta, khairul300891@gmail.com

Received: 30 - 11 - 2021

Accepted: 16 - 12 - 2021

Published: 28 - 12 - 2021

ABSTRACT

Covid-19 which hit the world, including Indonesia, has contributed to various life sectors, one of which is worship. In Indonesia, to fight and break the Covid-19 distribution chain, the Government, through the Indonesian Ulama Council (MUI) issued a Fatwa on religious guidance during the pandemic. This Fatwa is to urge Muslims who live in red areas not to worship in the Mosque. However, in agreement, the MUI fatwa reaped the pros and cons of Muslims. Studying this study discusses learning strategies carried out by MUI in disseminating Fatwa no. 14 on religious guidance during the pandemic. This study departs from the subjective paradigm, with qualitative descriptive research methods. The theory used is Laswell's educational model theory, which is looking at five components of communication, which, say what, in which channels, to whom, and what effects. The results of this study indicate how each component of communication in disseminating the fatwa.

Keyword: *Communication Strategic, MUI, Fatwa, Covid-19.*

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk juga Indonesia telah memberi dampak bagi berbagai sektor kehidupan, salah satunya dalam hal beribadah. Di Indonesia, dalam usaha melawan dan memutus mata rantai penyebaran Covid-19, Pemerintah melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tentang panduan ibadah selama masa pandemi. Salah satu isi fatwa tersebut adalah menghimbau umat Islam yang tinggal di daerah *red zone* agar membatasi kegiatan beribadah berjamaah di masjid. Namun, dalam kenyataannya, fatwa MUI tersebut menuai pro dan kontra di kalangan umat muslim. Sehingga penelitian ini bermaksud mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh MUI dalam mensosialisasikan fatwa no. 14 tentang panduan ibadah selama masa pandemi. Penelitian ini berangkat dari paradigma subjektif, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun teori yang digunakan adalah teori model komunikasi Laswell, yakni melihat 5 komponen komunikasi, *who, say what, in which channel, to whom, dan what effect*. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana peran masing-masing komponen komunikasi dalam mensosialisasikan fatwa tersebut.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, MUI, Fatwa, Covid-19.

PENDAHULUAN

Saat ini dunia tak terkecuali Indonesia sedang dihadapkan dengan pandemi Covid-19. Pandemi yang diketahui muncul pertama kali dari kota Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok pada akhir Desember tahun 2019 lalu ini merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus *evere acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) atau biasa disebut virus Corona. Virus yang menyebar melalui *droplets* (tetesan air liur) dan *formites* (muntahan) dalam jarak dekat tanpa pelindung ini menyebar begitu cepat dan kasus terjangkitnya kian hari terus bertambah.

Mengutip Covid19.go.id hingga 25 Juni 2020 tercatat 50.187 kasus positif Covid-19 di Indonesia, sebanyak 20.449 dinyatakan sembuh dan 2.620 dinyatakan meninggal dunia (Beranda | Covid19.go.id, 2020). Pandemi Covid-19 berdampak pada berbagai sektor kehidupan mulai dari sosial, pendidikan, maupun ekonomi. Karena, perlu ditangani secara serius dan optimal agar segera berakhir.

Penanganan pandemi Covid-19 bukan hanya menjadi tanggung-jawab pemerintah namun juga semua elemen masyarakat harus ikut serta berupaya mencegah dan memutus penularan virus. Pemerintah pusat maupun daerah telah berupaya melakukan berbagai macam cara untuk mencegah dan menanggulangi wabah covid-19 seperti memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), melakukan *rapid test* dan sebagainya. Elemen-elemen masyarakat pun turut serta andil dalam penanganan wabah Covid-19 ini sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Tak terkecuali yang dilakukan oleh organisasi-organisasi Islam. Organisasi-organisasi Islam yang ada di Indonesia dengan sumber daya masing-masing melakukan langkah-langkah konkrit untuk menangani wabah Covid-19 ini, mulai dari edukasi sampai dengan penanganan medis untuk para pasien Covid-19.

Salah satu organisasi umat Islam yang turut serta berupaya mencegah dan menangani penyebaran Covid-19 adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dikutip dari republika.co.id, MUI turut membentuk satuan tugas (Satgas) Penanganan Covid-19 dengan tugas melakukan dua kegiatan besar. KH. Cholil Nafis selaku juru bicara Satgas Penanganan Covid-19 MUI menjelaskan, kegiatan pertama adalah memberi edukasi dan pencerahan kepada umat secara spiritual dalam memutus mata rantai penularan virus dan cara bersikap secara keagamaan bagi yang terkena Covid-19, paramedis, dan masyarakat. Bimbingan secara keagamaan oleh para dai akan dimaksimalkan kepada masyarakat melalui dakwah dan panduan tata cara ibadah yang baik serta menyikapi musibah secara proporsional menurut tuntunan Islam. Kedua, menggalang bantuan secara material dari umat dan berbagai pihak utk mengatasi kekurangan alat pelindung diri bagi para medis dan masyarakat. Juga menyalurkan bantuan kepada masyarakat yg berkekurangan karena dampak Covid-19" (MUI Bentuk Satgas Hadapi Wabah Covid-19 di Indonesia | Republika Online, 2020).

Penanganan covid 19 oleh MUI diwujudkan pula dengan memberikan panduan tata cara ibadah selama masa pandemi yang dituangkan dalam Fatwa MUI No. 14 tahun 2020. Dalam fatwa tersebut sebagaimana dikutip dari bbc.com diantara menjelaskan bahwa, bagi daerah yang penyebaran Covid-19 kondisinya tidak terkendali maka umat Islam tidak boleh mengadakan aktivitas ibadah yang membuka kesempatan terjadinya penularan seperti salat tarawih, ied dan berjamaah salat lima waktu/rawatib di masjid atau tempat umum lainnya, serta menghadiri pengajian umum dan tabligh akbar.

Adapun bagi daerah yang penyebaran Covid-19 kondisinya tinggi maka dapat mengganti salat Jum'at dengan salat Zuhur di rumah masing-masing serta meninggalkan sholat berjamaah lainnya di masjid atau tempat umum lainnya. Sedangkan bagi daerah yang status penyebaran Covid-19 masih rendah wajib untuk tetap menjalankan ibadah seperti biasanya dengan menjaga diri agar tidak tertular virus Corona. Caranya dengan dengan menghindari kontak fisik, membawa alat salat sendiri dan sering mencuci tangan dengan sabun. Fatwa tersebut juga mengatur tata cara pengurusan jenazah pasien Covid-19 khususnya dalam memandikan dan mengkafani sesuai dengan protocol Covid-19, dilakukan oleh petugas yang berwenang dengan tetap memperhatikan ketentuan syariat ("MUI rilis fatwa penyelenggaraan ibadah di tengah wabah Covid-19," 2020).

Namun ketika fatwa tersebut diterbitkan terjadi pro dan kontra di masyarakat khususnya mengenai salat berjamaah di masjid. Sebagaimana dikutip dari okezone.com penolakan dilakukan oleh mantan Panglima TNI Jenderal (Purn) Gatot Nurmantyo melalui beberapa tulisan di akun instagramnya bahwa beliau menulis "Ada apa ini dan pikiran siapa yang mengajak demikian? Hingga umat Islam lupa bahwa masjid adalah tempat yang paling aman untuk berlindung dari segala bencana, *AYO MAKMURKAN MASJID & GALAKKAN GERAKAN SHOLAT BERJAMA'AH UNTUK MINTA PERTOLONGAN ALLAH..!! (Jadikan Sholat & Sabar Sebagai Penolongmu..!!) Virus Corona (Covid-19) adalah ciptaan Allah dan yang kena pasti juga atas ketetapan Allah*" (Gatot Nurmantyo Serukan Salat Berjamaah di Masjid Hadapi Virus Corona : Okezone Nasional, 2020).

Akhirnya terjadi pro dan kontra di masyarakat. Bahkan sebagian umat Islam yang tidak melaksanakan fatwa tersebut tetap menyelenggarakan salat Jum'at berjamaah di Masjid sebagaimana dikutip dari Okezone.com. Forum Takmir Masjid Se-Jakarta masih menemukan banyaknya masjid dan mushala yang tetap mengadakan salat berjamaah yang sebagian besar berada di masjid di lingkungan padat penduduk atau permukiman kelas ekonomi menengah ke bawah (Masih Ada Sholat Jumat di Masjid, Masyarakat Diminta Patuhi Fatwa MUI : Okezone Tren, 2020).

Menurut MUI, pro dan kontra mengenai Fatwa MUI no.14 tahun 2020 ini terjadi karena masyarakat salah paham dan parsial dalam memahami fatwa tersebut sehingga masyarakat perlu memahami bahwa yang dilarang adalah tidak boleh beribadah berjamaah di tempat umum bagi orang yang terpapar virus Corona. Bukan berarti tidak melaksanakan ibadah sama sekali, sebagaimana yang dikatakan oleh Sekretaris Komisi Fatwa MUI, "Yang harus dipahami, ada kondisionalitas terkait person dan kondisionalitas terkait kawasan. Seseorang yang sudah positif terkena virus Covid-19, maka dia tidak boleh berada dalam komunitas publik, termasuk untuk kepentingan ibadah yang bersifat publik, bukan berarti meniadakan ibadah. Tetapi semata untuk kepentingan himayah agar tidak menularkan kepada yang lain" (MUI: Ada Masyarakat Salah Paham tentang Fatwa Ibadah di Tengah Corona, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas sejatinya telah nampak upaya Majelis Ulama Indonesia untuk turut serta memutus mata rantai penyebaran Covid-19 khususnya dengan penerbitan Fatwa MUI no.14 tahun 2020 tersebut. Sayangnya ada permasalahan yang dapat diidentifikasi bahwa fatwa tersebut faktanya tidak terserap dengan baik dan menyeluruh kepada masyarakat sehingga terjadi pro dan kontra bahkan pengabaian fatwa tersebut. Karena itu perlu diungkap strategi atau cara

komunikasi MUI untuk mensosialisasikan fatwa tersebut ke masyarakat. Ali Nurdin dalam tulisannya menjelaskan bahwa, Komunikasi yang dilakukan tanpa strategi adalah seperti orang berjalan tetapi tidak mengetahui seluk beluk jalan yang dilalui. Namun sebaliknya, komunikasi yang dilakukan dengan strategi yang tepat dan sesuai adalah seperti orang berjalan dengan mengetahui betul peta jalan dan rambu lalu lintas yang dilaluinya, sehingga strategi komunikasi amat menentukan efektivitas komunikasi (Nurdin, 2013).

Oleh sebab itu tulisan ini bermaksud hendak menjawab rumusan masalah “Bagaimana strategi komunikasi MUI untuk mensosialisasikan Fatwa no. 14 tahun 2020 tentang panduan ibadah selama masa pandemic kepada masyarakat?

Adapun beberapa tulisan mengenai strategi komunikasi telah dipublikasikan, namun ada beberapa perbedaan dengan tulisan ini. Adapun tulisan-tulisan tersebut adalah pertama, “Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal” oleh Asep Sudarman (Sudarman, 2018). Kedua, “Strategi Komunikasi LAZISMU Cabang Keayoran Baru dalam Meningkatkan Jumlah Muzzaki di Lingkungan Perguruan Muhammadiyah” oleh Abdul Khohar (Khohar, 2020). Ketiga, “Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa terhadap Penerapan PTNBH oleh Feliza Zubair, Retasari Dewi dan Ade Kadarisman (Zubair dkk., 2019). Adapun perbedaan tulisan-tulisan tersebut dengan tulisan ini terletak pada pertama, subjek penelitian bahwa subjek yang diteliti pada tulisan ini adalah Majelis Ulama Indonesia. Kedua, pada objek penelitian bahwa objek yang diteliti pada tulisan ini adalah strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan Fatwa no.14 tahun 2020 mengenai panduan ibadah di masa pandemi sehingga tentu secara pembahasan dan kesimpulan pun akan berbeda.

METODE

Penelitian ini berparadigma subjektif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Paradigma subjektif adalah paradigma yang menganggap bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat objektif, melainkan bersifat interpretatif dan makna dapat dinegosiasikan (Nurhadi, 2017). Subjek penelitian ini adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sedangkan objek penelitian berupa strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan fatwa no 14 tahun 2020 tentang ibadah berjamaah masa pandemi. Data penelitian ini bersumber dari kajian literature.

HASIL DAN DISKUSI

Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani Kuno *Strategos* yang berarti “seni berperang” (Wahyuningrum dkk., 2017). Onong Uchjana Effendy mendefinisikan strategi sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Sudarman, 2018). Definisi lain diberikan oleh Arifin yang menganggap strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Ronald D Smith menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah sebutan untuk kampanye komunikasi yang terencana (Atmadi & Widati, 2013).

Adapun definisi yang berperspektif organisasi sosial menjelaskan bahwa strategi merupakan segala rencana tindakan untuk mempengaruhi kebijakan, program, perilaku dan praktek publik. Karenanya, sebagai suatu rencana, di dalam strategi harus memuat ketiga hal berikut (Wahyuningrum dkk., 2017):

- a) Tujuan, sasaran dan target yang jelas.
- b) Serangkaian taktik dan kegiatan terkait.
- c) Dilaksanakan dengan cara terorganisir dan sistematis.

Laurie J. Wilson dan Joseph D. Ogden mengulas tentang *The Strategic Communications Planning Matrix* yang di dalamnya mencakup sepuluh tahapan dalam perencanaan strategi komunikasi, seperti (Atmadi & Widati, 2013):

- a) Riset (*Research*)
Riset mencakup beberapa tahap yang diawali dengan penelusuran latar belakang, analisis situasi dan penentuan masalah utama atau peluang.
- b) Perencanaan Aksi (*Action Planning*)
Perencanaan aksi terdiri dari lima tahapan, yaitu tujuan dan maksud, publik kunci dan pesan, strategi dan taktik, kalender, serta anggaran.
- c) Komunikasi
Komunikasi berisi tabel konfirmasi untuk memantau beberapa kegiatan komunikasi yang telah, sedang, atau akan dilaksanakan.
- d) Evaluasi
Evaluasi merupakan tahap akhir dalam program perencanaan strategi komunikasi yang menggunakan beberapa kriteria evaluasi.

Fatwa MUI

Fatwa adalah jawaban (keputusan atau pendapat) yang diberikan oleh mufti tentang suatu masalah atau dapat juga didefinisikan sebagai nasihat orang alim. Secara bahasa fatwa diartikan sebagai penjelasan dan penerangan. Adapun secara terminologis, fatwa adalah penjelasan hukum syara' tentang masalah yang terkait dengan pertanyaan seseorang atau kelompok (Ma'mur, 2018). Setidaknya terdapat dua ciri fatwa, yakni:

1. Fatwa bersifat responsif, yaitu merupakan jawaban hukum yang dikeluarkan setelah adanya suatu pertanyaan atau permintaan fatwa.
2. Fatwa sebagai jawaban hukum tidaklah bersifat mengikat. Orang yang meminta fatwa (mustafti), baik perorangan, lembaga, maupun masyarakat luas tidak harus mengikuti isu atau hukum yang diberikan kepadanya. Fatwa tidak sama dengan keputusan pengadilan yang mengikat.

Secara fungsional, fatwa memiliki fungsi *Tabyun* dan *Tawjih*. *Tabyun* adalah menjelaskan hukum yang merupakan regulasi praksis bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang memang mengharapkan keberadaannya. Adapun *Tawjih* adalah memberikan petunjuk serta pencerahan kepada masyarakat luas tentang permasalahan agama yang bersifat kontemporer (M. Erfan Riadi, 2010).

Di Indonesia terdapat Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang salah satu tugasnya adalah memberikan fatwa terhadap persoalan-persoalan publik. Fatwa MUI yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa mempunyai pengaruh yang sangat luas karena MUI menjadi lembaga yang mengakomodir seluruh organisasi sosial (Ma'mur, 2018). MUI adalah lembaga swadaya masyarakat yang mewadahi ulama, zu'ama, dan cendekiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina, dan mengayomi kaum

muslimin di seluruh Indonesia. Sebagai wadah musyawarah para ulama, zu'ama dan cendekiawan muslim, MUI selalu berusaha untuk:

1. Memberikan bimbingan dan tuntunan kepada umat Islam Indonesia dalam mewujudkan kehidupan beragama dan bermasyarakat yang diridhoi Allah SWT.
2. Memberikan nasihat dan fatwa mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kegiatan bagi terwujudnya ukhuwah Islamiyah dan kerukunan antar-umat beragama dalam memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa.
3. Menjadi penghubung antara ulama dan umaro (pemerintah) dan penterjemah timbal balik antara umat dan pemerintah guna mensukseskan pembangunan nasional.

Teori Model Komunikasi Laswell

Komunikasi dalam pengertian Harold D. Laswell yang begitu populer adalah *who says what in which channel to whom with what effect*. Sehingga dapat dipahami bahwa komunikasi terjadi dengan adanya 5 komponen, yaitu *who* (siapa), *say what* (mengatakan apa), *in which channel* (dengan media apa), *to whom* (kepada siapa), *what effect* (efek yang dihasilkan) (Pardede & Putri, 2019). Adapun penjelasan dari model komunikasi Laswell di atas adalah :

1. *Who* (siapa) adalah pembicara yang ingin menginformasikan suatu hal dalam berbagai bentuk komunikator (orang yang memberi informasi).
2. *Say What* (mengatakan apa) adalah pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
3. *In Which Channel* (dalam media apa) adalah media yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikannya. Media komunikasi dapat berupa verbal dan non verbal serta dapat juga berbentuk media massa.
4. *To Whom* (kepada siapa) adalah komunikan yang diharapkan oleh komunikator akan menerima pesan yang dikirimkan.
5. *What Effect* (efek yang dihasilkan) adalah efek yang dihasilkan dari komunikasi yang terjadi.

Model komunikasi Laswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) pasti mempunyai suatu keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima (komunikasi), dan karenanya komunikasi harus dipandang sebagai upaya persuasi. Setiap upaya penyampaian pesan dianggap akan menghasilkan akibat, baik positif ataupun negatif. Dan hal ini, menurut Lasswell banyak ditentukan oleh bentuk dan cara penyampaiannya.

Temuan dan Analisis

Sebagai organisasi yang dilahirkan oleh para ulama, zuama dan cendekiawan muslim serta tumbuh berkembang di kalangan umat Islam, Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah gerakan masyarakat. Dalam hal ini, MUI tidak berbeda dengan organisasi-organisasi kemasyarakatan lain di kalangan umat Islam, yang memiliki keberadaan otonom dan menjunjung tinggi semangat kemandirian.

Semangat ini ditampilkan dalam kemandirian, artinya tidak tergantung dan terpengaruh kepada pihak-pihak lain di luar dirinya dalam mengeluarkan pandangan, pikiran, sikap dan mengambil keputusan atas nama organisasi seperti halnya terhadap Fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 tentang “*Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah COVID-19*”.

Hubungan dan kerjasama itu menunjukkan kesadaran MUI bahwa organisasi ini hidup dalam tatanan kehidupan bangsa yang sangat beragam, dan menjadi bagian utuh dari tatanan tersebut yang harus hidup berdampingan dan bekerjasama antarkomponen bangsa untuk kebaikan dan kemajuan bangsa. Sikap MUI ini menjadi salah satu ikhtiar mewujudkan Islam sebagai *Rahmatan Lil Alamin* (Rahmat bagi Seluruh Alam) (*Sejarah MUI – Majelis Ulama Indonesia*, 2020).

Dalam melakukan proses komunikasi terhadap Fatwa nomor 14 tahun 2020 kepada masyarakat, MUI melakukan beberapa pendekatan, baik hal tersebut bersifat konvensional maupun virtual melalui beberapa media baru dan media daring. Pendekatan ini terkonsep dalam sebuah strategi komunikasi, sebagai cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya (Abidin, 2015).

Komunikasi massa dapat dilakukan melalui berbagai media, namun salah satu cara media saat ini yang populer saat ini adalah internet. Menurut Ardianto, Komala dan Karlinah seperti dikutip Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma, penggunaan internet dapat membantu terwujudnya proses komunikasi langsung dengan publik tanpa adanya intervensi dari pihak lain (Azeharie, 2014a). Sedangkan dalam kajian John Vivian pemilihan media biasanya didasari ataskebutuhan dan kepentingan penggunaanya (Vivian, 2008).

MUI sebagai lembaga membantu pemerintah dalam melakukan hal-hal menyangkut kemaslahatan Islam, seperti mengeluarkan fatwa. Untuk itu tentu harus mempunyai strategi dan manajemen media yang baik, mengingat ini adalah pesan informasi vital yang akan disampaikan kepada masyarakat. Model komunikasi yang acapkali menjadi acuan adalah konsep Harrold Laswell (Muhammad, 2017), menyatakan bahwa ada lima komponen dalam terjadinya proses suatu komunikasi terjadi melalui tahapan; pertama *who* (siapa), kedua *say what* (mengatakan apa), ketiga *in which medium* (dalam media apa), keempat *to whom* (kepada siapa), dan kelima merupakan *what effect* (efek yang ditimbulkan).

Dengan demikian, hasil penelitian yang telah kami lakukan akan menggunakan konsep Harrold Laswell sebagai pisau analisis dan pengkajian secara spesifik terhadap temuan di lapangan.

1. **Who (Siapa)**

Pembicara (komunikator) menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam penyampaian pesan terhadap khalayak, MUI Melalui Komisi Fatwa dan diisi oleh para ulama, dan intelektual muslim Indonesia, pertama kali melakukan sosialisasi Fatwa nomor 14 tahun 2020 tentang “Penyelenggaraan Ibadah dalam Situasi Terjadi Covid-19” pada Senin sore (16/03/2020). Pakar-pakar yang hadir dan menjadi salah representatif

MUI adalah Ketua MUI Bidang Fatwa Prof. Huzaemah Tahido Yanggo, Wakil Ketua Komisi Fatwa KH. Abdul Rahman Dahlan, serta Anggota Komisi Fatwa MUI Pusat KH. Hamdan Rasyid. Sekretaris Komisi Fatwa MUI Pusat, KH. Asrorun Niam Sholeh (“MUI Putuskan Fatwa Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19,” 2020).

Orang-orang ini menjadi *trigger* dalam penyampaian setiap fatwa MUI kepada masyarakat. Fatwa diartikan sebagai penjelasan hukum syariat atas persoalan tertentu, sehingga kaedah pengambilan fatwa tidak ubahnya dengan kaedah menggali hukum-hukum syariat dari dalil-dalil syariat (ijtihad). Peralnya, satu-satunya cara untuk mengetahui hukum syariat dari dalil-dalil syariat adalah dengan ijtihad, dan tidak ada cara lain. Oleh karena itu, seorang mufti (pemberi fatwa) tidak ubahnya dengan seorang mujtahid yang mencurahkan segala kemampuannya untuk menemukan hukum dari sumber hukum Islam, yakni Al-Qur’an dan Hadist (Riadi, 2011).

Menurut analisis peneliti dalam penerbitan fatwa ini, komisi fatwa tentu sangat berhati-hati, mereka tidak berani mengeluarkan fatwa apabila mereka memang benar-benar tidak mengetahui tentang masalah yang dipertanyakan oleh mustafti (peminta fatwa).



Gambar 1. Dari kiri ke kanan: KH. Abdul Rahman Dahlan, KH. Asrorun Niam Sholeh, Prof. Huzaemah Tahido Yanggo, KH. Hamdan Rasyid (Komisi Fatwa)

Fatwa nomor 14 tahun 2020 ditetapkan di Jakarta tanggal 16 Maret 2020 atau 21 Rajab 1441 H ditandatangani oleh prof. Dr. H. Hasanuddin AF (Ketua Komisi Fatwa), Dr. HM. Asrorun Ni’am Sholeh, MA. (Sekretaris Komisi Fatwa), KH. Muhyiddin Junaedi, MA (Wakil Ketua Umum Dewan Pimpinan), Dr. H. Anwar Abbas, M.M, M. Ag (Sekretaris Jenderal Dewan Pimpinan).

2. **Say What (Mengatakan Apa)**

Dalam konferensi Pers yang dilakukan MUI, Fatwa nomor 14 tahun 2020 memiliki ketentuan umum bahwa Corona-19 adalah Corona Virus Disease, yaitu sebuah

penyakit menular disebabkan Virus Corona pada tahun 2019. MUI menekankan bahwa setiap orang wajib melakukan ikhtiar kesehatan dan menjauhi setiap hal yang diyakini dapat menimbulkan terpapar penyakit. Hal tersebut sesuai dengan tujuan pokok beragama yaitu *Al-Dharuriyah al-Khams*.

Fatwa MUI tentang ibadah ini menyatakan, orang yang sudah terpapar virus Corona, maka wajib menjaga dan mengisolasi diri agar tidak terjadi penularan kepada pihak lain. Mereka yang sudah terpapar Corona bisa mengganti shalat Jumat dengan shalat Zuhur di kediamannya masing-masing.

Sebagaimana diungkapkan Sekretaris Komisi Fatwa MUI Pusat, KH. Asrorun Niam Sholeh seperti berikut; *“Karena shalat jumat merupakan ibadah wajib yang melibatkan banyak orang sehingga berpeluang terjadinya penularan virus secara massal,”* Lebih jauh menurutnya, saat membacakan Fatwa tersebut di Gedung MUI Pusat, Senin (16/03) bahwa; *“Bagi orang yang telah terpapar virus corona, haram baginya melakukan aktivitas ibadah sunnah yang membuka peluang terjadinya penularan, seperti shalat berjamaah lima waktu atau rawatib, shalat Tarawih dan led di Masjid atau tempat umum lainnya, serta menghadiri pengajian umum dan tabligh akbar,”*

Sementara untuk orang yang belum diketahui secara pasti sudah terpapar COVID-19, bila berada di kawasan yang potensi penularannya tinggi atau sangat tinggi menurut pihak berwenang, maka boleh meninggalkan shalat jumat dan menggantikannya dengan shalat zuhur di tempat kediamannya. Orang yang berada di wilayah rawan tersebut juga dibolehkan meninggalkan jamaah shalat lima waktu/rawatib, Tarawih, dan led di Masjid atau tempat umum lainnya.

“Dalam hal ia berada di suatu kawasan yang potensi penularannya rendah berdasarkan ketetapan pihak yang berwenang, maka ia tetap wajib menjalankan kewajiban ibadah sebagaimana biasa dan wajib menjaga diri agar tidak terpapar virus Corona, seperti tidak kontak fisik langsung (bersalaman, berpelukan, cium tangan), membawa sajadah sendiri, dan sering membasuh tangan dengan sabun.”

Sedangkan bila penyebaran Covid-19 ini sudah tidak terkendali di suatu kawasan tertentu, maka umat Islam tidak boleh menyelenggarakan shalat jumat di kawasan tersebut dan menggantinya dengan shalat zuhur di tempat masing-masing sampai keadaan normal kembali.

“Juga tidak boleh menyelenggarakan aktifitas ibadah yang melibatkan orang banyak dan diyakini dapat menjadi media penyebaran COVID-19, seperti jamaah shalat lima waktu/ rawatib, shalat Tarawih dan led di masjid atau tempat umum lainnya, serta menghadiri pengajian umum dan majelis taklim.”

Sementara untuk pengurusan Jenazah terpapar Covid-19, MUI menetapkan bahwa memandikan dan mengkafani harus sesuai dengan protokol medis dan dilakukan oleh pihak yang berwenang dengan tetap memperhatikan ketentuan syariat. Dalam hal menshalatkan dan menguburkan, perlu dilakukan sebagaimana biasa dengan tetap menjaga agar tidak terpapar Covid-19.

MUI juga mengimbau agar Umat Islam semakin mendekatkan diri kepada Allah dengan memperbanyak ibadah, taubat, istighfar, dzikir, membaca Qunut Nazilah di setiap shalat fardhu, memperbanyak shalawat, memperbanyak sedekah, dan senantiasa berdoa kepada Allah SWT agar diberikan perlindungan dan keselamatan dari musibah dan marabahaya (doa daf'u al-bala'), khususnya dari wabah COVID-19.

Dalam fatwa ini, MUI mengharamkan tindakan yang menimbulkan dan/atau menyebabkan kerugian publik seperti memborong dan menimbun bahan kebutuhan pokok dan menimbun masker. MUI melalui fatwa ini merekomendasikan Pemerintah untuk wajib melakukan pembatasan super ketat terhadap keluar masuknya orang dan barang ke dan dari Indonesia kecuali petugas medis dan barang kebutuhan pokok serta kebutuhan emergency. Kepada Umat Islam, MUI mewajibkan mendukung dan menaati kebijakan pemerintah yang melakukan isolasi dan pengobatan terhadap orang yang terpapar Covid-19, sehingga penyebaran virus tersebut dapat dicegah. *“Masyarakat hendaknya proporsional dalam menyikapi penyebaran COVID-19 dan orang yang terpapar COVID-19 sesuai kaidah kesehatan. Oleh karena itu masyarakat diharapkan menerima kembali orang yang dinyatakan negatif dan/atau dinyatakan sembuh,”*

3. *In Which Medium (Dalam Media Apa)*

Publikasi Laman Website

Keberadaan internet telah menyatukan keberagaman umat manusia di seluruh dunia dalam jaringan komunikasi global (Wibowo dkk., 2012). Keberadaan internet khususnya fasilitas *website* seperti yang dimiliki oleh MUI melalui alamat domain <https://mui.or.id/> sangat membantu masyarakat dalam membaca atau mempelajari fatwa nomor 14 tahun 2020 dari sumber primer dan akurat secara institusional.

Fasilitas website yang dimiliki MUI terdiri dari berbagai keperluan informasi yang dibutuhkan masyarakat, seperti kolom profil, berita, produk (majalah, infografis, TV MUI, dan indek fatwa), fatwa, konsultasi (tanya ulama, layanan konsultasi langsung, dan bimbingan syariah), khutbah, dan jaringan MUI di seluruh Indonesia.



Gambar 2. Fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 di website resminya

Website ini digunakan MUI sebagai media promosi, informasi menjalin relasi, berinteraksi, publikasi kelembagaan seperti fatwa, e-majalah maupun berita ke MUI-an.

Menurut analisis peneliti, publikasi Fatwa nomor 14 tahun 2020 memberikan impresi dan *engagement* tinggi, hal ini tidak terlepas dari *share* ulang yang mencapai kurang lebih 17.100 oleh netizen terhadap link yang memuat fatwa tersebut. Dengan demikian dapat dikimpulkan, strategi ini cukup efektif dalam menjalin komunikasi terhadap khalayak (umat Islam).

Media Daring

Dari hasil monitoring pemberitaan oleh peneliti, Fatwa nomor 14 tahun 2020 tentang “Penyelenggaraan Ibadah dalam Situasi Terjadi Covid-19” pada Senin sore (16/03/2020) menghasilkan beberapa pemberitaan yang dimuat oleh media daring nasional di antaranya seperti, (1) *Virus Corona: MUI Keluarkan Fatwa Penyelenggaraan Ibadah Di Tengah Wabah COVID-19* (Virus corona: MUI keluaran fatwa penyelenggaraan ibadah di tengah wabah Covid-19 - BBC News Indonesia, 2020), (2) *Inilah 9 Poin Fatwa MUI 14/2020 dalam Upaya Pencegahan COVID-19* (Inilah 9 Poin Fatwa MUI 14/2020 dalam Upaya Pencegahan Covid-19 - Pikiran-Rakyat.com, 2020), (3) *Cegah COVID-19, Terbit Fatwa MUI Terkait Salat Jumat* (Cegah COVID-19, Terbit Fatwa MUI terkait Salat Jumat - Humaniora di Nasional JPNN.com, 2020), (4) *MUI Rilis Fatwa Terkait Ibadah Saat Corona, Ini Isi Lengkapnya* (“MUI rilis fatwa penyelenggaraan ibadah di tengah wabah Covid-19,” 2020), (5) dan *Bunyi Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020: Shalat Idul Fitri Akan Ditiadakan Jika Corona Belum Terkendali* (Bunyi Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020: Shalat Idul Fitri Akan Ditiadakan Jika Corona Belum Terkendali - Tribun-medan.com, 2020).

Optimalisasi Media Sosial

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang maupun institusional. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda (Nasrullah, 2015). Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghasilkan dunia dalam genggaman. Menurut Richard Hunter bahwa kehadiran media baru sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka.

Di Indonesia, berbagai sosial media sangat populer untuk media distribusi konten, baik berupa berita, hiburan, bahkan hoax. Baik Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan lainnya yang digunakan secara bergantian sesuai kebutuhan dan karakteristiknya (Enterprise, 2016). Menurut Van Dijk, seperti dikutip Rulli Nasrullah media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015).

MUI sebagai lembaga keislaman juga mengoptimalkan peranan media sosial dan media daring sebagai salah satu *trigger* mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam menjalankan fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 lebih meningkat. Ada tiga platform media sosial sebagai arus utama dalam memviralkan terkait fatwa ini, sebagai berikut;

a) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunaanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Dengan nama *user @muipusat51* MUI menjadikan tempat untuk berbagai informasi seputar kebijakan/langkah yang diambil termasuk perihal Fatwa nomor 14 tahun 2020.



Gambar 3. Contoh salah satu postingan Instagram Fatwa nomor 4 tahun 2020 di akun official MUI.

Dibandingkan dengan media lain, instagram menyajikan kelebihan dalam mengelola foto dan video sebelum dibagikan ke akun Instagram, tidak hanya nilai estetika tetapi juga etika, yang lebih buat buat orang lain. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Bambang Dwi Atmoko fitur Instagram ada Lux, Filter, Tilt-shift, Hastag (#), Mentions, Follow, Share, Like dan Komentar (Atmoko, 2012). Konten yang viralisasi MUI dalam kontek ini berbentuk meme atau infografis seperti berikut;



Gambar 4. Contoh salah satu infografis dan meme soal Fatwa nomor 4 tahun 2020 di akun Instagram official MUI

b) Facebook

Facebook adalah situs jejaring sosial (*social networking*) atau disebut juga layanan jaringan sosial secara *online*, yang memungkinkan penggunanya saling berinteraksi dan berbagi informasi di seluruh dunia (Hanafi & Yasir, 2016). Facebook memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya, tidak terkecuali MUI juga tertarik untuk memanfaatkan *platform* ini melalui akun official di laman Facebook “Majelis Ulama Indonesia”. Dikutip dari *We Are Social* penggunaan Facebook di Indonesia pada tahun 2019 tercatat 130 juta pengguna, dengan komposisi 44% perempuan dan 56% laki-laki, sebuah jumlah yang tidak sedikit.



Gambar 5. Contoh salah satu postingan Facebook, Fatwa nomor 14 tahun 2020 di akun official MUI

Kecanggihan dan kemajuan teknologi saat ini, tidak membuat MUI apatis. Melalui perangkat yang menunjang seperti Facebook sangat bisa mensosialisasikan atas langkah-langkah yang dibuat sebagai upaya pencegahan terhadap penyebaran COVID-19 di Indonesia. Menurut Rulli Nasrullah sebagai dikutip Marlina, keberadaan Facebook memang diciptakan sebagai alat untuk menciptakan kesan dimata publik (Marlina, 2016). Dari fakta tersebut dapat ditarik benang merah, bahwa Facebook dapat memudahkan pendistribusian informasi ke khalayak di dunia virtual.

c) Twitter

Twitter adalah salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Azeharie, 2014). Pemanfaatan twitter oleh MUI dengan *user name* @MUIPusat dan 4.250 pengikut (*follower*) tidak hanya

sebagai eksistensi institusim akan tetapi menurut hemat penulis menjadi salah satu sumber rujukan kredibel, dalam artian informasi-informasi yang sampaikan akurat dan mendekatkan diri dengan netizen serta berita dapat dengan mudah terdampai ke khalayak.



Gambar 6. Contoh postingan Twitter fatwa nomor 4 tahun 2020 di akun official MUI.

Peminat yang besar terhadap pengguna twitter di Indonesia, ternyata tidak dilewatkan dalam melakukan terobosan baru dimana langkah ini telah menghasilkan respon oleh netizen, analisis ini kita ambil benah berahnya terhadap postingan fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 di twitter. Oleh karena itu, optimalisasi twitter menjadi salah satu strategi penyampaian isu atau informasi ke khalayak harus diintensifkan, memiliki peranan yang sangat vital dalam kehidupan di dunia virtual.

4. **To Whom (Kepada Siapa)**

Dengan jumlah pemeluk Islam mayoritas dan terbesar di dunia, masyarakat Indonesia dikenal dengan masyarakatnya yang religius (Hamzah, 2018), dikutip dari Data Boks populasi penduduk Indonesia pada tahun 2010 sebanyak 209,1 Juta jiwa, dengan demikian sasaran dari fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 terhadap pemerintah, perorangan (individu), dan institusi. Lewat fatwa ini MUI memberikan peran sebagai ulama yang memberitahukan kepada umat.

5. **What Effect (Efek Yang Ditimbulkan)**

Perkembangan kehidupan manusia merupakan *sunnatullah* (Zaeny, 2013), sebagai masyarakat yang sudah memasuki era industri 4.0 dan tidak terpisahkan dengan teknologi. Fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 yang terbit atas munculnya pandemi COVID-19. Dengan pertimbangan bahwa COVID-19 telah tersebar ke berbagai negara, termasuk ke Indonesia, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah menetapkan COVID-19 sebagai pandemi, perlu langkah-langkah keagamaan untuk pencegahan dan penanggulangan COVID-19 agar tidak meluas, dan. bahwa oleh karena itu dipandang

perlu menetapkan fatwa tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah COVID-19 untuk dijadikan pedoman.

Fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 sebagai upaya mendukung masyarakat agar dapat menerapkan protokol kesehatan sebagaimana telah dianjurkan pemerintah. Namun di lapangan menuai pro dan kontra. Menurut MUI masyarakat masih memahami secara parsial fatwa ini. Seperti dijelaskan oleh KH. Asrorun Niam Sholeh; *"Pro dan kontra di sebagian masyarakat ini lebih banyak dipicu kesalahpahaman dan parsialitas di dalam pemahaman fatwa. Fatwa ini ada 9 diktum yang merupakan satu kesatuan (MUI: Ada Masyarakat Salah Paham tentang Fatwa Ibadah di Tengah Corona, 2020)," "Yang harus dipahami, ada kondisionalitas terkait person dan kondisionalitas terkait kawasan. Seseorang yang sudah positif terkena virus COVID-19, maka dia tidak boleh berada dalam komunitas publik, termasuk untuk kepentingan ibadah yang bersifat publik, bukan berarti meniadakan ibadah. Tetapi semata untuk kepentingan himayah agar tidak menularkan kepada yang lain,"* (MUI: Ada Masyarakat Salah Paham tentang Fatwa Ibadah di Tengah Corona, 2020).

Menurut KH. Asrorun Niam Sholeh yang dikutip dari Detik.com, Bagaimana jika seseorang sehat dan berada di wilayah zona hijau persebaran virus Corona? Dia tetap diwajibkan ibadah secara berjemaah, tetapi harus memperhatikan protokol yang berlaku. Dengan demikian, benang merah menurut peneliti adanya pro dan kontra terhadap Fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 di tengah masyarakat tidak terlepas dari paradigma yang berbeda dan prinsip pengamalan fiqih muamalah, melalui nas (ajaran) yang dipercayai. Sehingga menimbulkan sedikit kegaduhan, walaupun pada akhirnya pro dan kontra itu dapat dinetralisir.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan Fatwa No. 14 Tahun 2020 mengenai panduan ibadah selama pandemi adalah : (1) Pembicara (komunikator) menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam penyampaian pesan terhadap khalayak, MUI Melalui Komisi Fatwa dan diisi oleh para ulama, dan intelektual muslim Indonesia seperti Prof. Huzaemah Tahido Yanggo, Wakil Ketua Komisi Fatwa KH. Abdul Rahman Dahlan, serta Anggota Komisi Fatwa MUI Pusat KH. Hamdan Rasyid. Sekretaris Komisi Fatwa MUI Pusat, KH. Asrorun Niam Sholeh. (2) Pesan yang hendak disampaikan mengenai Fatwa MUI No. 14 Tahun 2020 tentang panduan ibadah selama masa pandemic. (3) Media yang digunakan melalui laman website, media social seperti instagram, facebook, twitter. (4) Komunikan yang dituju adalah umat Islam di Indonesia. (5) Efek yang ditimbulkan dari komunikasi ini adalah masyarakat masih memahami secara parsial fatwa ini. Oleh sebab efek yang ditimbulkan dari strategi komunikasi MUI untuk mensosialisasikan Fatwa No. 14 Tahun 2020 mengenai panduan ibadah selama pandemi ini masih belum dipahami secara integral dan komprehensif. Penulis menyarankan agar strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan Fatwa No. 14 Tahun 2020 dengan memperhatikan karakteristik umat Islam di Indonesia mulai dari pendidikannya, pengetahuan keagamaan yang dimiliki, kondisi tiap wilayah, akses terhadap media dan sejenisnya. Selain itu sosialisasi lewat media tradisional dan informal melalui tokoh masyarakat, tokoh agama perlu dipertimbangkan mengingat penyampaian informasinya bisa lebih meyakinkan dan bisa terjadi dialog dua arah.

REFERENSI

- Abidin, Yusuf Zainal. *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Akhsara Almansur Fauzan, 2002.
- “Arti Kata Fatwa - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Accessed June 28, 2020. <https://kbbi.web.id/fatwa>.
- Atmadi, Gayatri, and Sri Riris Wahyu Widati. “Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi & Promosi Produk Halal Di Indonesia.” *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL* 2, no. 2 (2013): 87–97.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2015.
- Bbc.com. “Virus Corona: MUI Keluarkan Fatwa Penyelenggaraan Ibadah Di Tengah Wabah Covid-19 - BBC News Indonesia.” Accessed July 10, 2020. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51867023>.
- “Bunyi Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020: Shalat Idul Fitri Akan Ditiadakan Jika Corona Belum Terkendali - Tribun Medan.” Accessed July 10, 2020. <https://medan.tribunnews.com/2020/04/07/bunyi-fatwa-mui-nomor-14-tahun-2020-shalat-idul-fitri-akan-ditiadakan-jika-corona-belum-terkendali>.
- Enterprise, Jubilee. *Strategi Memenangkan Isu Di Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016.
- Hamzah, Muhammad Maulana. “Peran Dan Pengaruh Fatwa Mui Dalam Arus Transformasi Sosial Budaya Di Indonesia.” *Millah: Jurnal Studi Agama* 1, no. 1 (2017): 127–54. <https://doi.org/10.20885/MILLAH.VOL17.ISS1.ART7>.
- Hanafi, Muhammad. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau.” *Jom Fisip* 3, no. 2 (2016): 1–12.
- Indonesia, Majelis Ulama. “Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial,” 2017.
- Jpnn.com. “Cegah COVID-19, Terbit Fatwa MUI Terkait Salat Jumat - Nasional JPNN.Com.” Accessed July 10, 2020. <https://www.jpnn.com/news/cegah-covid-19-terbit-fatwa-mui-terkait-salat-jumat>.
- Khojar, Abdul. “Strategi Komunikasi LAZISMU Cabang Kebayoran Baru Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di Lingkungan Perguruan Muhammadiyah.” *Utilitas* 6, no. 01 (2020): 31–41.
- Komisi Fatwa Majelis Ulama. “Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19.” *MUI*. Vol. 14, 2020.
- Kompas.com. “MUI Rilis Fatwa Terkait Ibadah Saat Wabah Corona, Ini Isi Lengkapnya Halaman All - Kompas.Com.” Accessed July 10, 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/17/05150011/mui-rilis-fatwa-terkait-ibadah-saat-wabah-corona-ini-isi-lengkapnya?page=all>.
- M. Erfan Riadi. “Kedudukan Fatwa Ditinjau Dari Hukum Islam Dan Hukum Positif.” *Ulumuddin* VI (2010): 468–77. Ma'mur, Jamal. “Peran Fatwa MUI Dalam Berbangsa Dan Bernegara (Talfiq Manhaji Sebagai Metodologi Penetapan Fatwa MUI).” *Wahana Akademika* 5 (2018).
- “MUI: Ada Masyarakat Salah Paham Tentang Fatwa Ibadah Di Tengah Corona.” Accessed July 10, 2020. <https://news.detik.com/berita/d-4945228/mui-ada-masyarakat-salah-paham-tentang-fatwa-ibadah-di-tengah-corona>.

- Mui.or.id. "MUI Putuskan Fatwa Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19 – Majelis Ulama Indonesia." Accessed July 10, 2020. <https://mui.or.id/berita/27675/mui-putuskan-fatwa-penyelenggaraan-ibadah-dalam-situasi-terjadi-wabah-covid-19/>.
- . "Sejarah MUI – Majelis Ulama Indonesia." Accessed July 10, 2020. <https://mui.or.id/sejarah-mui/>.
- Nasional.okezone.com. "Gatot Nurmantyo Serukan Salat Berjamaah Di Masjid Hadapi Virus Corona: Okezone Nasional." Accessed July 10, 2020. <https://nasional.okezone.com/read/2020/03/18/337/2185486/gatot-nurmantyo-serukan-salat-berjamaah-di-masjid-hadapi-virus-corona>.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Nurdin, Ali. "Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Pembangunan Jembatan Selat Sunda Di Propinsi Banten Dan Lampung." 2013.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Penerbit Kencana, 2017.
- Okezone.com. "Masih Ada Sholat Jumat Di Masjid, Masyarakat Diminta Patuhi Fatwa MUI." Accessed July 10, 2020. <https://www.okezone.com/tren/read/2020/04/15/620/2199471/masih-ada-sholat-jumat-di-masjid-masyarakat-diminta-patuhi-fatwa-mui>.
- Pardede, Aldo, and Yuliani Rachma Putri. "Strategi Komunikasi Ormas Pemuda Pancasila Jakarta Selatan Dalam Memperbaiki Citra." *E-Proceeding of Management* 6, no. 1 (2019): 1837–45.
- Pikiran-rakyat.com. "Inilah 9 Poin Fatwa MUI 14/2020 Dalam Upaya Pencegahan Covid-19 - Pikiran-Rakyat.Com." Accessed July 10, 2020. <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-01353399/inilah-9-poin-fatwa-mui-142020-dalam-upaya-pencegahan-covid-19>.
- Republika.co.id. "MUI Bentuk Satgas Hadapi Wabah Covid-19 Di Indonesia | Republika Online." Accessed July 10, 2020. <https://republika.co.id/berita/q8mpzu320/mui-bentuk-satgas-hadapi-wabah-covid19-di-indonesia>.
- "Sejarah MUI – Majelis Ulama Indonesia." Accessed June 28, 2020. <https://mui.or.id/sejarah-mui/>.
- Sudarman, Asep. "Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2019): 35–54. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>.
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Wahyuningrum, Asri, H. Anasom, and Thohir Yuli Kusmanto. "Strategi Dakwah Mui (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah Melalui Sertifikasi Halal." *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 186. <https://doi.org/10.21580/jid.v35.2.1618>.
- Wibowo, Harist Sandhy, Uud Wahyudin, and Pramono Benyamin. "Strategi Komunikasi Pemasaran Website Www.Bandungreview.Com." *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran* 1, no. 1 (2012): 1–13.
- Zaeny, Ahmad. "Teologi Sunnatullah Versus Teologi Determinas." *Jurnal Al-Adyani* VIII, no. 1 (2013): 57–71.
- Zubair, Feliza, Retasari Dewi, and Ade Kadarisman. "Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 74. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1328>.